

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2560



นายจตุพล เรืองวิญญูเวช
ผู้วิจัย

ตำแหน่งทางวิชาการและชื่อ นามสกุล,
คุณวุฒิ
อาจารย์ที่ปรึกษา

ตำแหน่งทางวิชาการและชื่อ นามสกุล,
คุณวุฒิ
กรรมการสอบ

ตำแหน่งทางวิชาการและชื่อ นามสกุล,
คุณวุฒิ
ประธานกรรมการสอบ

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนการเงินและความเป็นไปได้ในการลงทุนจัดตั้งบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัดฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูล และโอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจ การบริการติดตั้งและให้บริการหลังการขายลิฟต์บ้าน ยี่ห้อฟูจิ สำหรับบ้านในปัจจุบันที่มีความ ต้องการใช้ลิฟต์สำหรับบ้านพักอาศัยโดยเฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถ นำไปใช้ดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี ทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และ คณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วิราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนทำให้รายงาน ศึกษาอิสระฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ ขอขอบพระคุณคุณทวิวัฒน์ มงคลอดิษฐ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและ คำแนะนำในด้านการจัดตั้งกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ขอขอบคุณคุณโรเบิร์ต เกลิน ที่ ให้คำปรึกษาและร่วมกับคณะวิจัยในการคิดค้นนวัตกรรม และพัฒนาแอปพลิเคชันจรรยาบรรณศึกษา อิสระฉบับนี้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่สำคัญมา โดยตลอด ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษาให้แก่ทางคณะผู้วิจัย ขอขอบคุณนางสาวพิรพร ประยูรเกียรติและขอขอบคุณเพื่อน ๆ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ทำให้การ จัดทำแผนธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

จตุพล เรืองวิญญูเวช

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนแผนธุรกิจลิฟต์บ้าน โดยเป็นผู้ให้บริการติดตั้งและให้บริการหลังการขายลิฟต์บ้าน โดยมีการจัดตั้งเป็นบริษัท สยามวิคัล เอเลเวเตอร์ จำกัด เพื่อนำเข้าลิฟต์บ้าน ยี่ห้อฟูจิ ซึ่งนำเข้าจากประเทศไต้หวัน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ บริษัท สยามวิคัล เอเลเวเตอร์ จำกัด คือ เจ้าของบ้านเดี่ยวและบ้านโครงการที่มีราคาตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป รวมไปถึงเจ้าของบ้านที่ต้องการรีโนเวทและมีความต้องการใช้ลิฟต์บ้าน โดยมีการตั้งราคาลิฟต์บ้านไว้ 2 รูปแบบคือ แบบ Standard Set ราคา 1,050,000 บาท และแบบ Full Set ราคา 1,250,000 บาท ตามลำดับ โดยในช่วงปีที่ 1 และปีที่ 2 จะเข้าผ่านกลุ่มผู้รับเหมาและสถาปนิก ส่วนปีที่ 3 ถึงปีที่ 5 จะเข้าผ่านกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า จากการลงทุนแผนธุรกิจของบริษัทฯ มีเงินทุนเริ่มต้นทั้งหมด 1,928,000 บาท เป็นเงินลงทุนจากหุ้นส่วนของบริษัทฯทั้งหมดโดยไม่มีกู้ยืม โดยคาดว่าจะมียอดขายในปีแรก 33,290,000 บาท จากส่วนแบ่งการตลาดลิฟต์บ้าน 7% ในปีแรกหรือคิดเป็นผู้ซื้อทั้งหมด 25 ตัว มีกำไรสุทธิ 4,399,360 บาท และมีผู้ซื้อลิฟต์บ้านเพิ่มขึ้นเป็น 125 ตัวในปีที่ 5 โดยมียอดขาย 148,450,000 บาท มีกำไรสุทธิ 32,668,800 บาท จากการประเมินระยะเวลาโครงการเป็นเวลา 5 ปี โดยให้สมมุติฐานต้นทุนทางการเงิน 10% พบว่า อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 326.15% ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB) ที่ 1.4 ปี มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 54,332,155 บาท

จากการวิเคราะห์แผนการเงินระยะเวลา 5 ปี ของแผนธุรกิจ บริษัท สยามวิคัล เอเลเวเตอร์ จำกัด ด้วยอัตราส่วนทางการเงินพบว่า (1) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนหรืออัตราส่วนสภาพคล่อง (Current Ratio) เป็น 6.24 เท่า (2) อัตรากำไรขั้นต้น เป็น 30.22% (3) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน เป็น 27.51% (4) อัตรากำไรสุทธิ เป็น 22.01% (5) อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม เป็น 30.92% (6) อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เป็น 36.81%

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.2 รูปแบบธุรกิจ	5
บทที่ 2 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	7
2.1 ข้อมูลองค์กรธุรกิจ	7
2.2 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร	9
2.3 โครงสร้างองค์กรของบริษัท สยามวิสต์ เอเลเวเตอร์ จำกัด	12
2.4 ขั้นตอนการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ	13
2.5 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	14
บทที่ 3 แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	16
3.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	16
3.2 ทำเลที่ตั้ง	16
3.3 การวางแผนการให้บริการ	16
3.3.1 การกำหนดเขตพื้นที่การให้บริการและการวางแผนด้านกำลังการให้บริการ	16
3.3.2 การจัดการเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการ	17
3.4 กระบวนการให้บริการ	18
3.4.1 การบริการก่อนการขาย	18
3.4.2 การบริการหลังการขาย	18
บทที่ 4 สมมุติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	20
4.1 นโยบายทางการเงิน	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 เป้าหมายทางการเงิน	20
4.3 แหล่งที่มาของเงินลงทุน	21
4.3.1 ส่วนของเจ้าของ	21
4.3.2 เงินกู้	21
4.4 เงื่อนไขและรายละเอียดการใช้เงินลงทุน	22
4.4.1 เงื่อนไขการใช้เงินลงทุน	22
4.4.2 นโยบายการจ่ายเงินปันผล	22
4.5 สมมุติฐานทางการเงิน	23
4.5.1 แหล่งที่มาของรายได้	23
4.5.2 ประมาณการรายได้	23
4.5.3 การประมาณการต้นทุน	25
4.5.4 ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน	27
4.5.5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	28
4.5.6 ประมาณการงบกระแสเงินสด	29
4.5.7 ประมาณการงบดุล	29
4.5.8 การประเมินโครงการ	31
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	32
5.1 บทสรุป	32
5.1.1 วิเคราะห์แผนการปฏิบัติการ	32
5.1.2 วิเคราะห์แผนการเงิน	33
5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน	34
5.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต	34
5.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	35
5.2.3 วิเคราะห์ความเสี่ยง	36
บรรณานุกรม	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	39
ภาคผนวก ก คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้ลิฟต์	40
ภาคผนวก ข มาตรฐานยุโรป EN 81-20/50 EN 81-20/50:	42
ภาคผนวก ค ประวัติความเป็นมาของบริษัท FUJI ELEVATOR	44
ภาคผนวก ง ประวัติความเป็นมาของ บริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด	46
ภาคผนวก จ ประวัติความเป็นมาของ บริษัท SIAM L.P. ENGINEERING จำกัด	48
ประวัติผู้วิจัย	50



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดง The Business Model Canvas	6
2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุนของ บริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด	21
3 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกิจการ	22
4 ประมาณการยอดขายและรายได้ในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	24
5 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายของบริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด	25
6 แสดงประมาณการเงินลงทุนในโครงการ	27
7 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนของ บริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด	28
8 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดของบริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด	29
9 แสดงประมาณการงบดุลของ บริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด	30

สารบัญรูปรภาพ

รูปรภาพ	หน้า
1 ตัวอย่างบ้านกลุ่มเป้าหมายราคามากกว่า 30 ล้านบาทขึ้นไป	1
2 ข้อมูลแนวโน้มนการติดตั้งลิฟต์บ้านสำหรับบ้านในระดับราคา 20-40 ล้านบาท	2
3 ข้อมูลราคาประเมินที่ดิน กรุงเทพฯ-ปริมณฑล ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี	3
4 ตัวอย่างบ้านที่มีลักษณะทรงสูงในเมือง	4
5 แนวโน้มปริมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย	4
6 Business Model ของบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด	5
7 โรงงานผลิตลิฟต์บ้านยี่ห้อฟูจิที่ประเทศไทยได้หวัน	8
8 แสดงโครงสร้างองค์กรของ บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด	12
9 แสดงจำนวนทีมติดตั้งและดูแลลูกค้าของทาง บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด	17
10 แสดงงวดการจ่ายเงินค่าติดตั้ง ค่าบริการและระยะเวลาที่ใช้ในการติดตั้งลิฟต์บ้าน	18
11 แสดงราคาขายและค่าบริการของทางบริษัทฯ	23
12 แสดงอัตราส่วนเปอร์เซ็นต์กำไรเทียบอัตราส่วนกำไรสุทธิ ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	33
13 แสดงส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯเทียบกับตลาดลิฟต์บ้านโดยรวม	34

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

เนื่องจากในปัจจุบันแนวโน้มของปริมาณบ้านเดี่ยวขนาดใหญ่ ที่สร้างขึ้นนั้นเจ้าของบ้านต้องการสร้างบ้านให้ใหญ่และสูงชันมากกว่าบ้านปกติ ซึ่งมาจากความต้องการของเจ้าของบ้านเอง หรือจากปัจจัยต่างๆ โดยบ้านในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีความสูง 1-2 ชั้น แต่บ้านในราคาตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป จะสร้างบ้านที่มีจำนวนชั้นมากกว่า 3 ชั้นขึ้นไปและแต่ละชั้นมีความสูงมากกว่าบ้านทั่วไป เนื่องจากความสูงของบ้านที่เพิ่มขึ้นทำให้การเดินทางขึ้น-ลง บันได เพื่อขึ้น ไปบนบ้านทุกชั้นไม่สะดวกสบาย อีกทั้งปัญหาด้านสุขภาพ ข้อเท้าและกรณีมีผู้สูงอายุในบ้าน เจ้าของบ้านจึงนิยมทำการติดตั้ง “ลิฟต์บ้าน” ในบ้านที่สร้างขึ้น



รูปที่ 1 ตัวอย่างบ้านกลุ่มเป้าหมายราคาสูงกว่า 30 ล้านบาทขึ้นไป

อีกทั้งจากข้อมูลปริมาณของบ้านเดี่ยวราคาตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป นิยมติดตั้งลิฟต์บ้านมากขึ้น จากเดิมบ้านที่ติดตั้งลิฟต์บ้าน จะมีระดับราคาอยู่ที่ 80 ล้านบาทขึ้นไปจึงจะติดตั้งลิฟต์ และจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ปริมาณบ้านเดี่ยวในระดับราคาปกติ 3-10 ล้านบาท ชะลอตัวลง แต่บ้านในระดับราคา 30 ล้านบาทขึ้นไปไม่ได้ลดลงเลย แต่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ลิฟต์บ้านฟุ้งรับตลาดผู้สูงอายุมีตชูปิซีซี... - PropPular condo for rent / condo ...

<https://www.facebook.com/proppular/posts/1758415914422731.0> ▼

ลิฟต์บ้านฟุ้งรับตลาดผู้สูงอายุมีตชูปิซีซีเทรนด์ใหม่มาแรง (10 November 2016) มีตชูปิซี ... จากเดิมต้องเป็นบ้านเดี่ยว
ระดับราคา 70-80 ล้านบาทขึ้นไป ...

ลิฟต์บ้านฟุ้งรับตลาดผู้สูงอายุมีตชูปิซีซีเทรนด์ใหม่มาแรง - Real Estate ...

www.reic.or.th/News/News_Detail.aspx?newsid=52957 ▼

10 พ.ย. 2559 - ... จากเดิม 70 ล้านบาทขึ้นไป ชี้นำใหม่ลิฟต์เป็นสินค้าเพิ่มมูลค่าให้กับบ้าน รองรับสังคมผู้สูงอายุ ... จาก
เดิมต้องเป็นบ้านเดี่ยวระดับราคา 70-80 ล้านบาทขึ้นไป ...

ในปีตลาดที่อยู่อาศัย ในกลุ่มโครงการแนวสูงชะลอลงไป ขณะที่แนวราบมีการเปิดตัวเพิ่มมากขึ้น บ้านหรือ ลานบาท มีแนวโน้มการติดตั้งลิฟต์ 40-20 ล้านบาทขึ้นไป บ้านมากขึ้น จากเดิมต้องเป็นบ้านเดี่ยวระดับราคา 70-80 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งจัดอยู่ในเช็ค 20 เมตรระดับกลางบน และ บ้านหรือ Reference: หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 13 November 2016

บ้านหรือขายดี จากการเก็บสถิติยอดจองสร้างบ้านปรากฏว่า ในกลุ่มบ้านระดับราคา 10-5, และ 20-10 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งจัดอยู่ในเช็ค 20 เมตรระดับกลางบน และ บ้านหรือ Reference: หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ 13 November 2016

รูปที่ 2 ข้อมูลแนวโน้มการติดตั้งลิฟต์บ้านสำหรับบ้านในระดับราคา 20-40 ล้านบาท

อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้แนวโน้มการสร้างบ้านที่มีจำนวนชั้นมากขึ้น คือการที่ราคาที่ดินในเขตเมืองและปริมณฑลมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากสถิติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 จนถึงปี พ.ศ. 2558 มีระยะเวลาผ่านมา 30 ปี ราคาที่ดินปรับตัวสูงขึ้นมากถึง 47 เท่า ทำให้ขนาดที่ดินถูกตัดแบ่งขาย และทำให้ขนาดที่ดินมีขนาดเล็กลง การสร้างบ้านสำหรับผู้มีงบประมาณการสร้างบ้านหลังใหญ่ๆ จึงต้องสร้างบ้านให้มีความสูงชันกว่าบ้านแบบปกติ เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยในตัวบ้าน และยังมี การสร้างบ้านให้มีความลึกลงไปใต้ดิน สำหรับเจ้าของบ้านที่ออกแบบการใช้งานให้มีความแตกต่างในพื้นที่ กรุงเทพฯ ชั้นในที่มีการจำกัดความสูงของอาคาร



ราคาที่ดิน มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนที่ดินในเมืองก็มีการเปลี่ยนมือและลดขนาดของพื้นที่ดินจากการตัดแบ่งขาย ทำให้แปลงที่ดินมีขนาดเล็กลง การสร้างบ้านในเขตเมืองจึงเป็นการสร้างบ้านที่มีจำนวนชั้นมากกว่าบ้านพักอาศัยปกติ คือ ตั้งแต่ 3-8 ชั้นเพื่อรองรับวิถีชีวิตคนเมืองที่ไม่ต้องการออกไปสร้างบ้านในเขตนอกเมือง



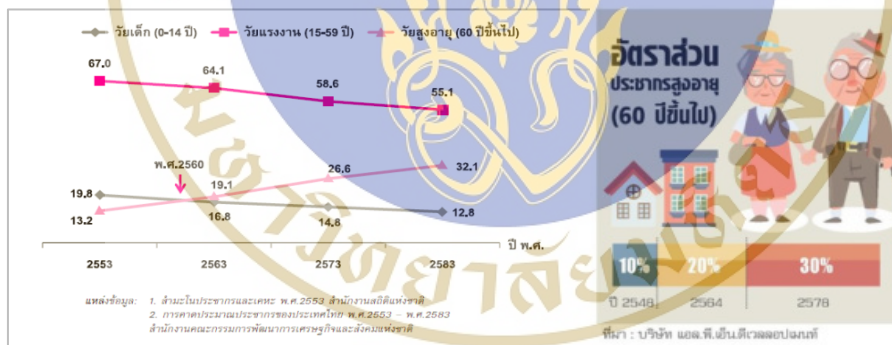
รูปที่ 3 ข้อมูลราคาประเมินที่ดิน กรุงเทพฯ-ปริมณฑล ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

จากข้อมูลราคาประเมินที่ดิน กรุงเทพฯ-ปริมณฑล ตามรูปที่ 3 พบว่าการสร้างบ้านในเขตเมือง ซึ่งที่ดินมีราคาสูงขึ้นและมีขนาดพื้นที่เล็กลง เจ้าของบ้านจึงต้องสร้างให้มีลักษณะทรงสูง กล่าวคือตั้งแต่ 3 ชั้นขึ้นไป จึงจะตอบ โจทย์เจ้าของบ้านหรือผู้อยู่อาศัยในเขตเมือง



รูปที่ 4 ตัวอย่างบ้านที่มีลักษณะทรงสูงในเมือง

สำหรับข้อมูลประชากร ในเรื่องของปริมาณผู้สูงอายุในปัจจุบันมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลในรูปที่ 5 แนวโน้มปริมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งเป็นประมาณการของบริษัท แอล.พี.เอ็น ดีเวลลอปเม้นท์(มหาชน) ระบุว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนผู้สูงอายุ เป็นสัดส่วน 13.2% และในปี พ.ศ. 2583 มีสัดส่วนผู้สูงอายุประมาณ 32.1% โดยมีสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นถึง 18.9% ในระยะเวลา 30 ปี



จำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีปริมาณมากขึ้น และมีแนวโน้มสูงขึ้นต่อเนื่องในอนาคต และผู้ที่ยังมีอายุอยู่ในวัยทำงานตอนปลายก็วางแผนอนาคต เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในวัยเกษียณถึง การไม่ต้องการ การช่วยเหลือจากผู้อื่น

รูปที่ 5 แนวโน้มปริมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย

จากข้อมูลในรูปที่ 5 แนวโน้มปริมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย สนับสนุนโอกาสทางธุรกิจของการมีลิฟต์บ้าน สำหรับบ้านที่มีงบประมาณการก่อสร้างตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งจะมี ความสูงและจำนวนชั้นที่มากกว่าบ้านปกติ อีกทั้งสมาชิกในบ้านมีแนวโน้มที่มีอายุมากขึ้น ซึ่งจะมี

ความไม่สะดวกในการขึ้นบันได และการดำเนินชีวิตในบ้าน และเจ้าของบ้านที่อายุยังไม่มากเอง ก็สร้างบ้านเพื่อวางแผนรองรับการใช้งานของตนเอง ที่จะมีอายุมากขึ้นในอนาคตเช่นกัน

ทางคณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะก่อตั้ง บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด เพื่อที่จะดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่าย คิดตั้งและให้บริการหลังการขายลิฟต์บ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มบ้านทรงสูงและความต้องการใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

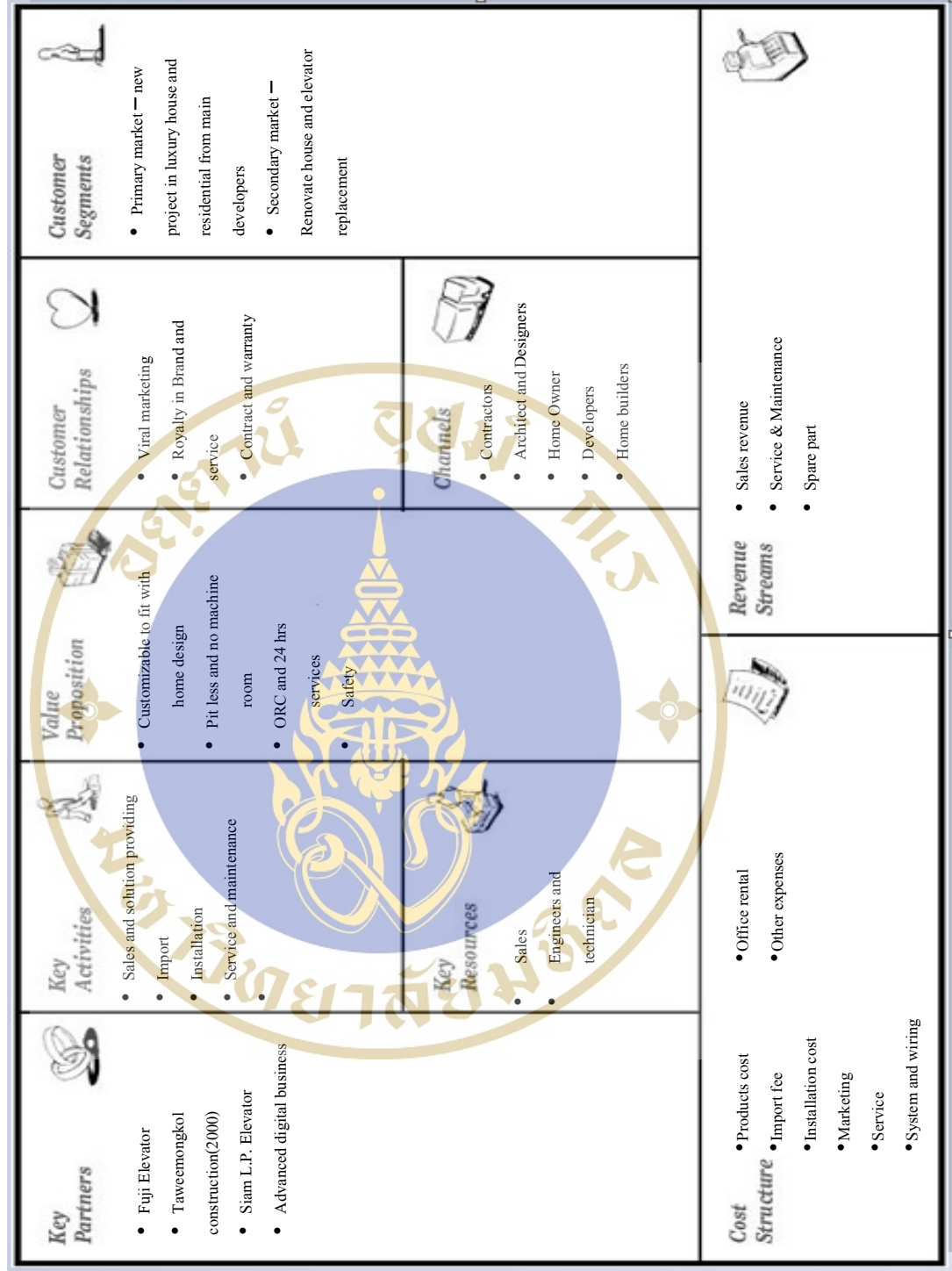
1.2 รูปแบบธุรกิจ

บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด จะทำธุรกิจในการนำเข้าและเสนอขายลิฟต์สำหรับบ้านพักอาศัย ยี่ห้อฟูจิ ให้แก่ เจ้าของบ้าน สถาปนิกหรือผู้ออกแบบบ้าน ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และผู้รับเหมาก่อสร้างบ้าน โดยให้บริการติดตั้งและให้บริการหลังการขายในรูปแบบของการซ่อมบำรุงรายปีแก่ลูกค้าทั้งที่ใช้สินค้ายี่ห้อฟูจิและยี่ห้ออื่นๆ



รูปที่ 6 Business Model ของบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

ตารางที่ 1 แสดง The Business Model Canvas



บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 ข้อมูลองค์กรธุรกิจ

ชื่อ	บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด
วิสัยทัศน์	บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด จะเป็นผู้ให้บริการลิฟต์บ้านคุณภาพ
และ	เป็นที่นี้ถึงเป็นอันดับแรก
พันธกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - นำเข้าและติดตั้งลิฟต์บ้านคุณภาพจากต่างประเทศด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์สูง - ให้บริการหลังการขายด้วยนวัตกรรมความปลอดภัยเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจต่อลูกค้า

ตราสัญลักษณ์ของบริษัทฯ



เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากสมาชิกของคณะผู้จัดทำเป็นทายาทของกรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม แอล. พี.เอ็น.จี.เนียร์ริง จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจให้บริการนำเข้า จำหน่ายและติดตั้งลิฟต์โดยสารสำหรับอาคารสูงและมีการทำสัญญากับบริษัทผู้ผลิตลิฟต์โดยสารที่ประเทศไต้หวัน คือ บริษัท ฟุจิ เอเลเวเตอร์ เจแปน จำกัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย

หลังจากได้ทำการศึกษา โอกาสและความเป็นไปได้แล้ว บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด จะถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินธุรกิจนำเข้า ติดตั้ง และให้บริการหลังการขาย สินค้าลิฟต์บ้าน ยี่ห้อ ฟุจิ ซึ่งเป็นสินค้าที่ถูกออกแบบและพัฒนาที่ประเทศญี่ปุ่นและดำเนินการผลิตที่ประเทศไต้หวัน โดยมีเป้าหมายในการทำธุรกิจเกี่ยวกับลิฟต์สำหรับบ้านพักอาศัยเท่านั้น อันเป็นตลาดที่มีโอกาสและยังไม่มีผู้เล่นหลักอย่างแท้จริงในตลาดลิฟต์บ้าน โดยทางบริษัทฯมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. เพื่อทำธุรกิจ ออกแบบ นำเข้า ติดตั้งและให้บริการหลังการขาย

2. ลิฟต์บ้านแบรนด์ฟูจิ สำหรับบ้านราคาตั้งแต่ 30 ล้านบาทขึ้นไป
3. เพื่อสร้างแบรนด์ของบริษัทฯ ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อมุ่งเน้นธุรกิจลิฟต์บ้าน โดยเฉพาะ
4. เพื่อขยายตลาดลิฟต์บ้าน ไปสู่โครงการบ้านพักอาศัย ของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์



รูปที่ 7 โรงงานผลิตลิฟต์บ้านยี่ห้อฟูจิที่ประเทศไทย

โดยบริษัท ฟูจิ เอลเวเตอร์ เจแปน จำกัด จากประเทศญี่ปุ่น ไปลงทุนก่อสร้างโรงงานผลิตลิฟต์ที่ประเทศไทย มีทุนจดทะเบียน 8 ล้านบาท และมีการผลิตลิฟต์ประมาณ 2,000 ตัวต่อปี โดยมีศูนย์วิจัยและพัฒนาอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น

บริษัท สยาม แอล.พี. เอ็นจิเนียริง จำกัด ก่อตั้งโดยกลุ่มวิศวกรที่มีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจลิฟต์ และมีประสบการณ์ด้านการนำเข้าและส่งออกมากกว่า 20 ปี โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายลิฟต์ยี่ห้อฟูจิอย่างเป็นทางการ จากบริษัท ฟูจิ เอลเวเตอร์ เจแปน จำกัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน

2.2 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

นายภูธร ศรีศิริ

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้จัดการทั่วไป
สัดส่วนการถือหุ้น ร้อยละ 40



ประสบการณ์การทำงาน

- วิศวกรฝ่ายขายโครงการ บริษัท เอสซีจี เคมิคอล จำกัด
- วิศวกรฝ่ายขายโครงการ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด(มหาชน)
- วิศวกรโครงการ สายงานธุรกิจการพัฒนอสังหาริมทรัพย์ บริษัท ดับเบิ้ล เอ (1991) จำกัด (มหาชน)

วุฒิการศึกษา

- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ
- ประกาศนียบัตร นักการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นายเมธา คุปตากรณ์

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการฝ่ายขาย
สัดส่วนการถือหุ้น ร้อยละ 30



ประสบการณ์การทำงาน

- วิศวกรฝ่ายขายและการตลาด บริษัท สยาม แอล.พี. เอ็นจิเนียริง จำกัด
- วิศวกรฝ่ายขาย สายงานนำเข้าและส่งออก บริษัท นิกเค สยามอลูมิเนียม จำกัด
- วิศวกรฝ่ายวางแผนและกลยุทธ์ บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

วุฒิการศึกษา

- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยฟลอริดาแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา



นายจตุพล เรืองวิญญูเวช
 ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
 และผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
 ตัดส่วนการถือหุ้น ร้อยละ 30



ประสบการณ์การทำงาน

- ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กลสิกรไทย
- วิศวกรฝ่ายขาย บริษัท บีซีซอฟต์แวร์ จำกัด
- วิศวกรระบบคอมพิวเตอร์ บริษัท ฮิวเลตต์ แพคการ์ด จำกัด (HP)

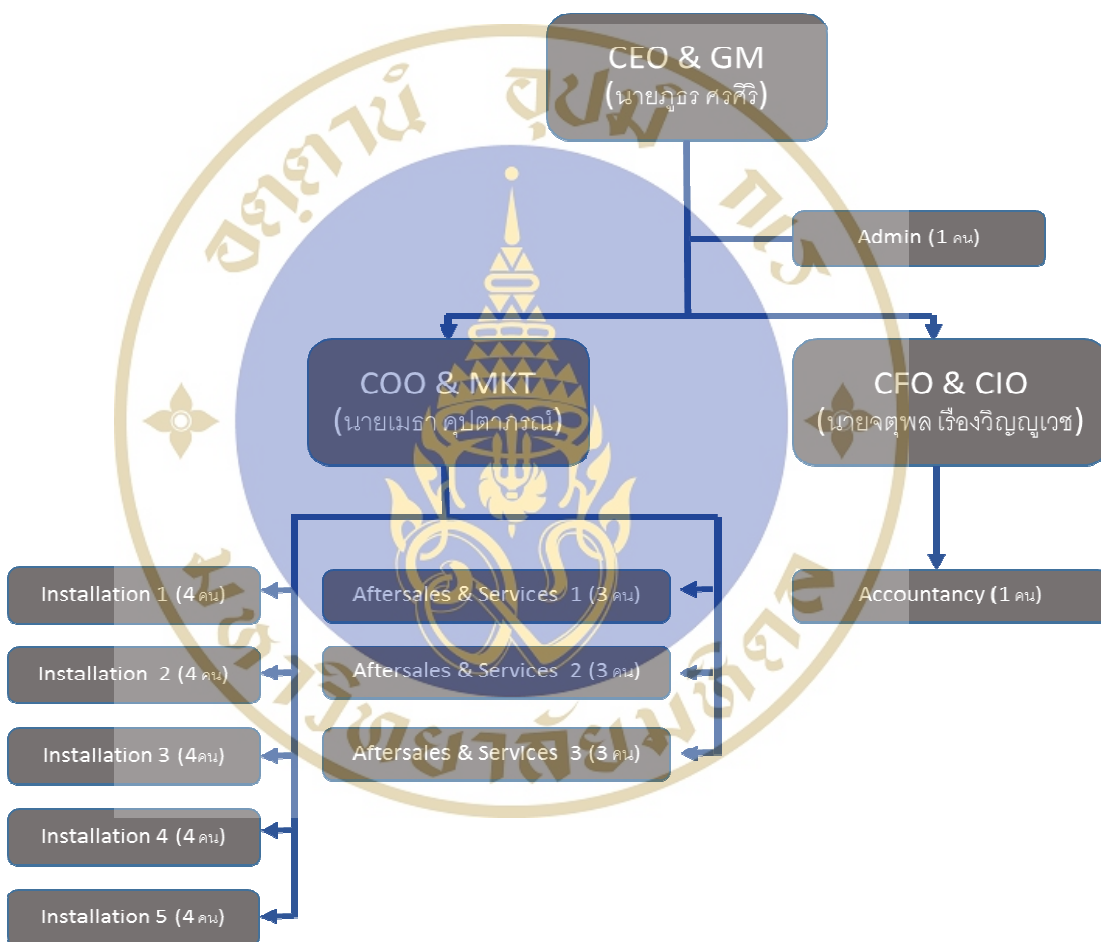
วุฒิการศึกษา

- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- ประกาศนียบัตร ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



2.3 โครงสร้างองค์กรของบริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด

ผังองค์กรของ บริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด มีการจัดรูปแบบบริหาร ประกอบด้วยผู้จัดตั้ง 3 คน แบ่งเป็นแต่ละส่วนงาน โดยมีทีมติดตั้งทั้งหมด 5 ทีมๆละ 4 คน และมีทีมดูแลหลังการขาย 3 ทีมๆละ 3 คน มีเจ้าหน้าที่ธุรการ (Admin) 1 คน และมีเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน (Accountancy) 1 คน ในกรณีที่คนไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าทางบริษัทมีแผนจะจ้าง Outsource ให้กับบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



รูปที่ 8 แสดงโครงสร้างองค์กรของ บริษัท สยามวิลล์ เอลเวเตอร์ จำกัด

2.4 ขั้นตอนการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ

บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด มีขั้นตอนในการจัดตั้งธุรกิจ ดังนี้

- 1) ทำความตกลงระหว่างหุ้นส่วนในเรื่องต่างๆ อาทิเช่น จำนวนเงินลงทุนหรือสิ่งที่เป็นหุ้นส่วนจะนำมาลงทุน กำหนดขอบเขตลักษณะของการดำเนินกิจการ แต่งตั้งหุ้นส่วนจัดการ (ผู้มีอำนาจกระทำการแทน) และส่วนแบ่งผลกำไรขาดทุนเป็นต้น
- 2) ดำเนินการขอตรวจสอบและจองชื่อห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล เพื่อตรวจสอบไม่ให้ ซ้ำกับชื่อของกิจการอื่น
- 3) จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิ โดยระบุเกี่ยวกับรายละเอียดชื่อบริษัท จังหวัดที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ลักษณะกิจการที่จะดำเนินการ ทุนจดทะเบียน จำนวนหุ้น มูลค่าหุ้น ชื่อ ที่อยู่ อายุ อาชีพ จำนวนหุ้นที่จะลงทุน (ต้องจองชื่ออย่างน้อย 1 หุ้น) และรายชื่อของผู้ก่อตั้งบริษัททุกคนในแบบพิมพ์พร้อมเอกสารอื่นประกอบ
- 4) ยื่นขอจดทะเบียนพร้อมเอกสารประกอบต่อนายทะเบียนหรือยื่นขอจดทะเบียนทางอินเทอร์เน็ตที่ www.dbd.go.th
- 5) เมื่อจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทและจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้วผู้เริ่มจัดตั้งจะต้องนัดผู้จองชื่อหุ้นเพื่อประชุมจัดตั้งห้างหุ้นส่วนสามัญ จากนั้นคณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งจากที่ประชุมจะเรียกเก็บเงินค่าหุ้นจากผู้จองชื่อหุ้น

2.5 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้จัดการทั่วไป

- มีหน้าที่ดูแลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร ให้เป็นไปตามนโยบาย เป้าหมายและพันธกิจที่กำหนดไว้
- ตัดสินข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของแต่ละฝ่าย
- วิเคราะห์โอกาสและวางกลยุทธ์เกี่ยวกับการลงทุนขยายกิจการให้บริการโดยอิงข้อมูลรอบด้านจากส่วนปฏิบัติการ ส่วนการจัดการทั่วไป ส่วนการตลาด และสถานการณ์แนวโน้มภาพรวมในปัจจุบันของภาวะตลาด
- วางแผนและรับผิดชอบการดำเนินการทำสัญญาเช่าให้บริการกับนิติบุคคล อาคารชุด
- กำหนดหลักสูตร ปรับปรุงพัฒนากระบวนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะความสามารถของพนักงานและทดสอบมาตรฐานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ
- เงินเดือน 40,000 บาท

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการฝ่ายขาย

- รับผิดชอบดูแลการปฏิบัติงานให้บริการลูกค้าของบุคลากรผู้ได้บังคับบัญชา ภายในฝ่ายปฏิบัติงาน
- กำหนดกรอบปฏิบัติงานและวางแผนเขตพื้นที่รับผิดชอบในการให้บริการ
- ตรวจสอบและควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการตลาดประชาสัมพันธ์การบริการของกิจการทั้งหมด
- วิเคราะห์วางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการให้บริการ เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อบริษัท
- ศึกษาข้อมูลการตลาดของกลุ่มและดำเนินการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์
- รับผิดชอบดูแลเครื่องมือและอุปกรณ์ช่างและอุปกรณ์สำนักงานต่างๆให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- บริหารสินค้าคงคลัง ประเภทอุปกรณ์สิ้นเปลืองสำหรับการให้บริการแก่ลูกค้า

- เงินเดือน 30,000 บาท

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

- มีหน้าที่จัดทำงบประมาณการเงิน บทวิเคราะห์การเงินรายเดือน รายไตรมาส และรายปี โดยรายงานข้อมูลแก่ประธานบริหารเป็นประจำทุกเดือน
- ควบคุมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในงานการเงินและบัญชีให้ถูกต้อง เรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ
- จัดทำเงินเดือนผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้าแผนก และพนักงานในบริษัท
- คาดการณ์ทางการเงิน แสดงจำนวนเงินที่จะเข้าสู่กิจการ แหล่งที่มาการใช้จ่าย
- การจัดการเงินทุน แหล่งเงินทุน การกู้ยืม ออกพันธบัตรเงินกู้ ออกหุ้น
- ตรวจสอบทางการเงิน งบรายได้ งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด
- วางแผนและพัฒนาระบบเทคโนโลยี ระบบคอมพิวเตอร์ โดยการศึกษา เทคโนโลยีใหม่ ๆ จัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ และ โปรแกรมต่าง ๆ สำหรับการ พัฒนางาน
- ติดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ดูแลระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์
- ดูแลรับผิดชอบฐานข้อมูลลูกค้า และฐานข้อมูลอื่น ๆ ที่พัฒนาขึ้น รวมทั้งการ พัฒนาเว็บไซต์ของบริษัท
- งานฝึกอบรม พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และทักษะในด้านเทคโนโลยี สารสนเทศในการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่บุคลากรในระดับ ต่าง ๆ
- เงินเดือน 30,000 บาท

บทที่ 3

แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

3.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. เพื่อเป็นกรอบปฏิบัติงานและบริหารจัดการทรัพยากรของบริษัทฯ ในการขายและให้บริการแก่ลูกค้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
2. กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานเพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการ
3. สร้างความเข้าใจแก่บุคลากรต่างๆ ในหน้าที่รับผิดชอบและขอบเขตรวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เกิดความร่วมมือกันเพื่อส่งมอบบริการที่มีมาตรฐานแก่ลูกค้า

3.2 ทำเลที่ตั้ง

บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ ตั้งอยู่เลขที่ 18 ซอยกรุงเทพนนท์ 6 ถนนกรุงเทพนนท์ อ. เมือง จ.นนทบุรี 11000 โดยการเลือกทำเลที่ตั้งของทางบริษัทฯ นั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับลูกค้า มีจุดประสานงานกับฝ่ายปฏิบัติการเพื่อส่งเจ้าหน้าที่เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาลิฟต์ขัดข้องตลอด 24 ชม. และยังเป็นสถานที่ฝึกอบรม โดยเกณฑ์การเลือกที่ตั้งนั้น ได้คำนึงถึงความสะดวกในการคมนาคม สภาพแวดล้อมโดยรอบ ขนาดพื้นที่สำหรับจัดเก็บอุปกรณ์ และจำนวนบุคลากรเป็นสำคัญ

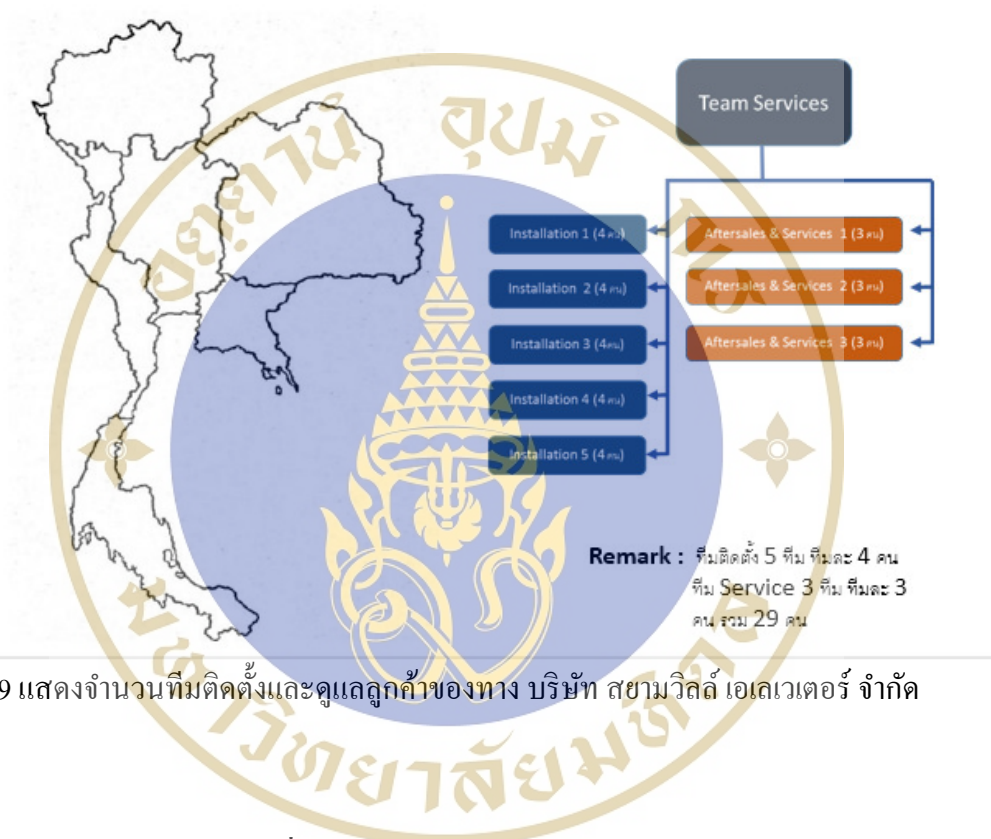
3.3 การวางแผนการให้บริการ

3.3.1 การกำหนดเขตพื้นที่การให้บริการและการวางแผนด้านกำลังการให้บริการ

บริษัทฯ วางแผนกำหนดเขตพื้นที่การให้บริการ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น ปริมาณความหนาแน่นของจำนวนลูกค้าในพื้นที่ ระยะทางและสภาพการจราจรเพื่อให้เข้าถึงบ้านลูกค้าภายใน 30 นาที เป็นต้น จากปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ทางบริษัทฯ จึงได้เลือกพื้นที่และแบ่งเป็นทีมติดตั้งและดูแลลูกค้า ดังนี้

- 1) ทีมติดตั้ง 5 ทีมๆละ 4 คน เพื่อดูแลลูกค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ในประเทศทั้งหมด
ทีมบริการหลังการขาย 3 ทีมๆละ 3 คน เพื่อดูแลลูกค้าในพื้นที่กรุงเทพและ
ปริมณฑล ส่วนพื้นที่ตามภูมิภาคทางบริษัทฯจะจ้างบริษัทที่เป็นพันธมิตรทาง
ธุรกิจกับบริษัทฯ

Our Team Services



รูปที่ 9 แสดงจำนวนทีมติดตั้งและดูแลลูกค้าของทาง บริษัท สยามวิเทล เอเลเวเตอร์ จำกัด

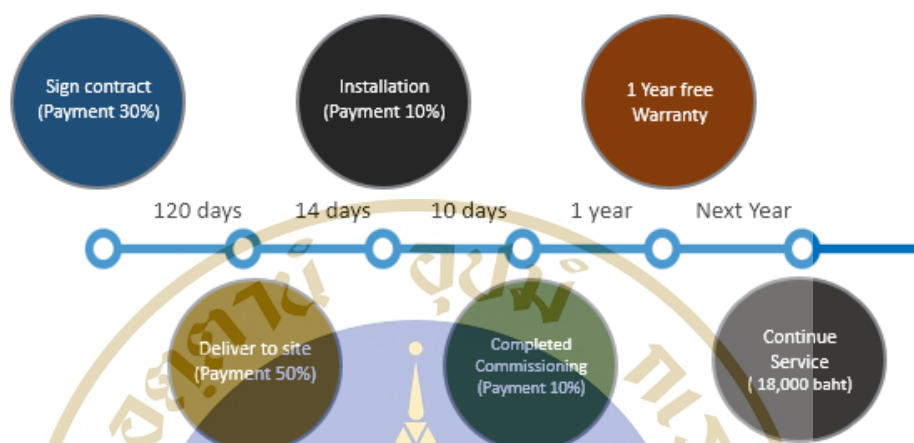
3.3.2 การจัดการเกี่ยวกับการจัดเก็บค่าบริการ

ทางบริษัทมีการเรียกเก็บเงินลูกค้าโดยการแบ่งเป็นหลายๆงวดเพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการและความเสี่ยงที่ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อ โดยแบ่งเป็น 4 งวด ดังนี้

- 1) บริษัทฯเรียกเก็บ 30% เมื่อลูกค้าทำการเซ็นสัญญาสั่งซื้อลิฟต์กับทางบริษัทฯ
- 2) บริษัทฯเรียกเก็บ 50%เมื่อส่งลิฟต์ถึงที่หน้าไซต์งาน
- 3) บริษัทฯเรียกเก็บ 10%เมื่อติดตั้งลิฟต์เสร็จ
- 4) บริษัทฯเรียกเก็บ 10%เมื่อตรวจรับลิฟต์เรียบร้อย

ทางบริษัทฯจะมีการรับประกันสินค้าโดยรวมอะไหล่และค่าบริการให้ 1 ปี หลังจากนั้นจะคิดค่าบริการ 18,000 บาท และมีระยะเวลาที่ใช้ในการติดตั้ง แสดงดังรูปที่ 10

Lead time & Payment term



รูปที่ 10 แสดงงวดการจ่ายเงินค่าติดตั้ง ค่าบริการและระยะเวลาที่ใช้ในการติดตั้งลิฟต์บ้าน

3.4 กระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการของบริษัทฯมีจุดประสงค์เพื่อเป็นแบบปฏิบัติมาตรฐานสำหรับบุคลากรที่ฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนี้

3.4.1 การบริการก่อนการขาย

ทางบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด รับให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบโครงสร้างตัวปล่องลิฟต์ให้เหมาะสมกับโครงสร้างของตัวอาคาร หรือตัวบ้านหรือของทางลูกค้า ตลอดจนเสนอ

แนวทางต่างๆในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้งลิฟต์ เพื่อให้ทางลูกค้าได้มีความมั่นใจในตัวสินค้าและการบริการของทางบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

3.4.2 การบริการหลังการขาย

ทางบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด รับประกันสินค้าหลังจากที่ลูกค้าใช้งานลิฟต์เป็นเวลา 1 ปี โดยที่จะไม่คิดค่าอะไหล่และค่าแรง หลังจากนั้นลูกค้าที่มีความสนใจที่จะรับบริการ

ตรวจเช็คสภาพรายเดือนจะต้องทำสัญญารายปีกับทางบริษัทฯตามเงื่อนไขที่ทางบริษัทฯกำหนดโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าที่มีความประสงค์ใช้ระบบ ORC system หรือ Online Remote Control ซึ่งเป็นระบบที่สามารถควบคุมหรือสั่งการลิฟต์ผ่านทาง Application โทรศัพท์มือถือซึ่งรองรับทั้ง ios/android ของทางบริษัทฯและยังเป็นระบบที่สามารถแจ้งสถานะการทำงานของลิฟต์บ้านของทางผู้ใช้งานโดยตรงกับทางศูนย์บริการดูแลลูกค้าเพื่อที่ทางจะสามารถเข้าไปแก้ไข และดำเนินการช่วยเหลือได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ



บทที่ 4

สมมุติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.1 นโยบายทางการเงิน

เนื่องด้วยรูปแบบของการซื้อขายลิฟต์จะเป็นการได้รับสัญญาซื้อและเงินมัดจำล่วงหน้า ก่อน ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้เงินหมุนเวียนสูง ทางผู้บริหารจึงใช้เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งหมดโดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินกู้จากสถาบันการเงิน โดยมีนโยบายทางการเงินดังนี้

1. หลักบริหารต้นทุน โดยการจัดสรรทรัพยากรในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้
2. หลักความมั่นคง โดยการลงทุนขยายกำลังการให้บริการครอบคลุมเฉพาะเขตพื้นที่เป้าหมายใน 5 ปี เพื่อการเติบโตอย่างมั่นคงและคุ้มค่าการลงทุน
3. หลักความยั่งยืน โดยการหาพันธมิตรที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อการส่งเสริมเสถียรภาพของบริษัทอย่างยั่งยืน

4.2 เป้าหมายทางการเงิน

บริษัทมีเป้าหมายทางการเงิน ดังนี้

1. หลังจากดำเนินธุรกิจครบ 5 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก
2. สามารถคืนทุนภายใน 1.4 ปีตามแผนการเงิน

บริษัทจัดทำแผนประมาณทางการเงิน กรอบระยะเวลา 5 ปี โดยแสดงรายละเอียดงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด พร้อมแสดงผลอัตราผลตอบแทนการลงทุนและระยะเวลาคืนทุน

4.3 แหล่งที่มาของเงินลงทุน

บริษัทฯ มีนโยบายจัดหาเงินลงทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด โดยประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรกจำนวน 1,928,000 บาท ซึ่งคาดเพียงพอต่อการดำเนินงาน เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ ยานพาหนะ อุปกรณ์สำนักงาน ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน โดยแบ่งส่วนเงินลงทุนดังนี้

4.3.1 ส่วนของผู้ถือหุ้น

ประมาณการเงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 1,928,000 บาท มาจากการจำหน่ายหุ้นสามัญทั้งหมด โดยมีสัดส่วนผู้ถือหุ้นดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงแหล่งที่มาของเงินลงทุนของ บริษัท สยามวิคัล เอลเวเวเตอร์ จำกัด

รายชื่อผู้ถือหุ้น	ตำแหน่ง	สัดส่วน	มูลค่า (บาท)
นายภูธร ศรีศิริ	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้จัดการทั่วไป	40%	771,200
นายเมธา คุปตภรณ์	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการฝ่ายขาย	30%	578,400
นายจตุพล เรืองวิญญูเวช	ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินและผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	30%	578,400

4.3.2 เงินกู้

ทางบริษัทฯ ไม่มีการกู้ยืมในช่วงเริ่มกิจการเนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มากและเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องลงทุนล่วงหน้า ทางลูกค้าต้องมัดจำราคาลิฟต์ก่อนล่วงหน้าโดยมีนโยบายการเก็บเงินเป็นหลายๆงวด ซึ่งจะครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมด

4.4 เงื่อนไขและรายละเอียดการใช้เงินลงทุน

4.4.1 เงื่อนไขการใช้เงินลงทุน

ทางบริษัทฯ ประมาณเงินลงทุนเริ่มต้น จำนวน 1,928,000 บาท มีจุดประสงค์เพื่อเป็นเงินลงทุนเริ่มต้นสำหรับการซื้อเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ติดตั้งและดูแลรักษาลิฟต์ เข้ายานพาหนะ ซื้ออุปกรณ์สำนักงาน เป็นค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน และเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ โดยมีการใช้เงินลงทุน มีดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นกิจการ

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	0	0	0
สิ่งปลูกสร้าง	0	0	0
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	200,000	200,000	0
ยานพาหนะ	200,000	200,000	0
อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	0
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	900,000	900,000	0
เงินทุนหมุนเวียน	528,000	528,000	0
รวม	1,928,000	1,928,000	0

4.4.2 นโยบายการจ่ายเงินปันผล

ทางบริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผล ในปีที่ 2 ของกิจการหลังจากบริษัทเริ่มมีกำไรจากการลงทุน โดยเงินปันผลคิดเป็น 30% ของกำไรสะสมในปีที่ 2 ซึ่งเฉลี่ยตามสัดส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวนหุ้นของผู้ถือหุ้น

4.5 สมมุติฐานทางการเงิน

4.5.1 แหล่งที่มาของรายได้

รายได้จะมาจากการขายลิฟต์และค่าบริการ การประมาณการยอดขายลิฟต์บ้านและค่าบริการจะเริ่มที่ 70% ในปีแรกจนถึง 100% ในปีที่ 5 โดยราคาลิฟต์จะอยู่ที่ 1,050,000 บาทสำหรับชุด standard และ 1,250,000 บาทสำหรับ Full set รวมค่าบริการ ORC (Online Remote Control System) ส่วนค่า Service จะคิดที่ 18,000 บาท/ปี โดยมีประกันอะไหล่ให้ปีแรก รายละเอียดแจกแจงตามตามรูปที่ 11

Basic Cost Structure		
• ต้นทุนสินค้ารวมค่าใช้จ่ายนำเข้า	800,000 - 900,000 บาท	
• ค่าขนส่ง (กรุงเทพฯและปริมณฑล)	20,000 - 30,000 บาท	
• ค่าแรงติดตั้ง	30,000 - 50,000 บาท	
Price Lists		
• รุ่นมาตรฐานพร้อมติดตั้ง	1,050,000 บาท	Standard
• บดองลิฟต์สำเร็จรูป	+200,000 บาท	
• พื้นพิเศษ	+50,000 บาท	Optional
• ปุ่มกดใหญ่พิเศษ	+20,000 บาท	
• เสียงบอกชั้น	+10,000 บาท	
• ค่าบริการรายปี + ORC System	+18,000 บาท	
• ชุดคีย์การ์ด	+2,000 บาท	
• ออกแบบพิเศษเพิ่มเติมอื่นๆ	+ คิดราคาจากแบบ	

รูปที่ 11 แสดงราคาขายและค่าบริการของทางบริษัทฯ

4.5.2 ประมาณการรายได้

ประมาณการรายได้ของบริษัทฯมาจากการขายลิฟต์และค่าบริการ โดยประมาณการรายได้ในปีที่ 1 ถึง ปีที่ 5 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ประมาณการยอดขายและรายได้ในปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

ปริมาณการขาย/ผลิต ตามประมาณการยอดขาย หน่วย: Set

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด		70%	80%	90%	95%	100%
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	SiamVille Elevator (STD Set)	15	21	37	50	75
สินค้า 2	SiamVille Elevator (Full set)	10	20	30	45	50
สินค้า 3	SiamVille annual Services	202	230	259	274	288
	รวม	227	271	326	369	413

ราคาขายต่อหน่วย

	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	SiamVille Elevator (STD Set)	1,050,000	Set
สินค้า 2	SiamVille Elevator (Full set)	1,250,000	Set
สินค้า 3	SiamVille annual Services	25,000	Set

ยอดขาย (ต่อปี) หน่วย: บาท

	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	SiamVille Elevator (STD Set)	15,750,000	22,050,000	38,850,000	52,500,000	78,750,000
สินค้า 2	SiamVille Elevator (Full set)	12,500,000	25,000,000	37,500,000	56,250,000	62,500,000
สินค้า 3	SiamVille annual Services	5,040,000	5,760,000	6,480,000	6,840,000	7,200,000
	รวม	33,290,000	52,810,000	82,830,000	115,590,000	148,450,000
	ยอดขายต่อเดือน	2,774,167	4,400,833	6,902,500	9,632,500	12,370,833

4.5.3 การประมาณการต้นทุน

ต้นทุนของบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัดจะเป็นค่าตัวลิฟต์ ค่าขนส่งรวมค่าดำเนินการและค่าติดตั้งรวมงานระบบสำหรับการติดตั้งลิฟต์บ้านใหม่ ส่วนต้นทุนค่าบริการจะประกอบด้วยค่าแรง ค่าอะไหล่สิ้นเปลืองและค่า Service ระบบ ORC โดยจำแนกตามรายละเอียดได้ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายของบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

ต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย)

สินค้า 1	SiamVille Elevator (STD Set)		
วัตถุดิบ 1	ค่าสินค้านำเข้า	650,000	บาท / Set
วัตถุดิบ 2	ค่าขนส่ง	20,000	บาท / Set
วัตถุดิบ 3	ค่าติดตั้งและงานระบบ	20,000	บาท / Set
	รวม	690,000	บาท / Set

สินค้า 2	SiamVille Elevator (Full set)		
วัตถุดิบ 1	ค่าสินค้านำเข้า	850,000	บาท / Set
วัตถุดิบ 2	ค่าขนส่ง	20,000	บาท / Set
วัตถุดิบ 3	ค่าติดตั้งและงานระบบ	20,000	บาท / Set
	รวม	890,000	บาท / Set

สินค้า 3	SiamVille annual Services		
วัตถุดิบ 1	ค่าพนักงาน Services	12000	บาท / Set
วัตถุดิบ 2	ค่าอะไหล่สิ้นเปลือง	5000	บาท / Set
วัตถุดิบ 3	ค่า Server ระบบ IOT	1000	บาท / Set
	รวม	18000	บาท / Set

ต้นทุนวัตถุดิบ

หน่วย : บาท

	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	SiamVille Elevator (STD Set)	10,350,000	14,490,000	25,530,000	34,500,000	51,750,000
สินค้า 2	SiamVille Elevator (Full set)	8,900,000	17,800,000	26,700,000	40,050,000	44,500,000
สินค้า 3	SiamVille annual Services	3,628,800	4,147,200	4,665,600	4,924,800	5,184,000
	รวม	22,878,800	36,437,200	56,895,600	79,474,800	101,434,000

แรงงานในการบริการ

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
15,000	Admin	1	1	1	1	1
1,500	Accountancy		1	1	1	1
30,000	Technician-Install (Team)	1	1	2	2	2
15,000	Technician-Wiring (Team)	1	1	1	1	1
5,000	After Sales Service (Team)	2	2	3	3	4
	ค่าแรงในการผลิต	840,000	858,000	1,278,000	1,278,000	1,338,000

หน่วย : บาท

แรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	CFO	1	1	1	1	1
30,000	COO	1	1	1	1	1
40,000	CEO	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000

หน่วย : บาท

แรงงานในการขายและบริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	CFO	1	1	1	1	1
30,000	COO	1	1	1	1	1
40,000	CEO	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000

หน่วย : บาท

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าการตลาดในงานขาย	480,000	600,000	720,000	800,000	960,000
PR and grand opening	200,000				
Event marketing	400,000	300,000	300,000	500,000	500,000
Website&Online marketing	300,000	200,000	200,000	200,000	200,000
รวม	1,380,000	1,100,000	1,220,000	1,500,000	1,660,000

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าขนส่ง	250,000	300,000	350,000	400,000	450,000
ค่าเช่าสำนักงาน	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
รวม	730,000	780,000	830,000	880,000	930,000

4.5.4 ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน

เงินลงทุนเริ่มต้นของบริษัทฯ ใช้เงินลงทุน 1,928,000 บาท เป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น
ของบริษัทฯ โดยไม่มีการกู้ยืม จำแนกได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงประมาณการเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง			
สิ่งปลูกสร้าง			
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	200,000	200,000	
ยานพาหนะ	200,000	200,000	
อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	900,000	900,000	
เงินทุนหมุนเวียน	528,000	528,000	
รวม	1,928,000	1,928,000	-

4.5.5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ยอดขายและกำไรของบริษัท สยามวิล์ด เอลเวเตอร์ จำกัดเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี
รายละเอียดแสดงได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนของ บริษัท สยามวิล์ด เอลเวเตอร์ จำกัด
ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	33,290,000	52,810,000	82,830,000	115,590,000	148,450,000
ต้นทุนขาย					
- วัสดุดิบ	22,878,800	36,437,200	56,895,600	79,474,800	101,434,000
- แรงงานในการผลิต	840,000	858,000	1,278,000	1,278,000	1,338,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
- ค่าไต่หุ้ยในการผลิต	502,000	642,000	692,000	792,000	792,000
รวมต้นทุนขาย	24,240,800	37,957,200	58,885,600	81,564,800	103,584,000
กำไรขั้นต้น	9,049,200	14,852,800	23,944,400	34,025,200	44,866,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,380,000	1,100,000	1,220,000	1,500,000	1,660,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	730,000	780,000	830,000	880,000	930,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3,550,000	3,320,000	3,490,000	3,820,000	4,030,000
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	5,499,200	11,532,800	20,454,400	30,205,200	40,836,000
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	5,499,200	11,532,800	20,454,400	30,205,200	40,836,000
ภาษีเงินได้	1,099,840	2,306,560	4,090,880	6,041,040	8,167,200
กำไรสุทธิ	4,399,360	9,226,240	16,363,520	24,164,160	32,668,800

4.5.6 ประมาณการงบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสดของบริษัทฯ อยู่ระหว่าง 2-3 ล้านบาท แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสดของบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

หน่วย : บาท

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	4,399,360	9,226,240	16,363,520	24,164,160	32,668,800
- ค่าเสื่อมราคา	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
กระแสเงินสดสุทธิ	4,659,360	9,486,240	16,623,520	24,424,160	32,928,800

4.5.7 ประมาณการงบดุล

งบดุลของบริษัทฯ ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามตารางที่ 9



ตารางที่ 9 แสดงประมาณการงบดุลของ บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด

ประมาณการงบดุล

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	4,839,243	14,145,217	30,425,970	54,518,330	86,999,497
- ลูกหนี้การค้า	4,161,250	6,601,250	10,353,750	14,448,750	18,556,250
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,000,493	20,746,467	40,779,720	68,967,080	105,555,747
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- ยานพาหนะ	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	900,000	900,000	900,000	900,000	900,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	260,000	520,000	780,000	1,040,000	1,300,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,140,000	880,000	620,000	360,000	100,000
รวมสินทรัพย์	10,140,493	21,626,467	41,399,720	69,327,080	105,655,747
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	3,813,133	6,072,867	9,482,600	13,245,800	16,905,667
รวมหนี้สินหมุนเวียน	3,813,133	6,072,867	9,482,600	13,245,800	16,905,667
หนี้สินระยะยาว					
รวมหนี้สิน	3,813,133	6,072,867	9,482,600	13,245,800	16,905,667
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	1,928,000	1,928,000	1,928,000	1,928,000	1,928,000
- กำไรสะสม	4,399,360	13,625,600	29,989,120	54,153,280	86,822,080
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,327,360	15,553,600	31,917,120	56,081,280	88,750,080
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	10,140,493	21,626,467	41,399,720	69,327,080	105,655,747

4.5.8 การประเมินโครงการ

จากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของโครงการ บริษัทฯ มีมูลค่า Net Present Value หรือ NPV ในระยะเวลา 5 ปี เท่ากับ 54,332,155 บาท โดยใช้ต้นทุนทางการเงิน Weighted Average Cost of Capital หรือ WACC ที่ 10% ก่อให้เกิดอัตราผลตอบแทนภายในในการลงทุน Internal Rate of Return หรือ IRR เท่ากับ 326.15% โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน Discount Payback Period หรือ DPB อยู่ที่ 1 ปี 3 เดือน



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.1 บทสรุป

แผนธุรกิจ จำหน่าย นำเข้า ติดตั้งและให้บริการหลังการขายลิฟต์บ้าน “Siamville Elevator” เริ่มต้นจากการสังเกตเห็น โอกาสและช่องทางในการทำธุรกิจจากการเพิ่มขึ้นของราคาที่ดินในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร ประกอบกับแนวโน้มการสร้างบ้านในลักษณะทรงสูงเพื่อให้สามารถมีพื้นที่ใช้สอยได้อย่างเพียงพอสำหรับวิถีชีวิตคนในเมือง รวมถึงอัตราจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปในเมืองไทยที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทางกลุ่มผู้วิจัย ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อลิฟต์บ้านของกลุ่มเป้าหมายโดยกำหนดกลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อลิฟต์บ้านในการทำวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเจ้าของบ้าน กลุ่มสถาปนิก และกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง เพื่อให้สามารถทราบได้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจแต่ละกลุ่มและเพื่อให้สามารถตอบ โจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ จนกระทั่งได้สินค้าและบริการ FUJI Elevator ลิฟต์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในบ้านพักอาศัยโดยเฉพาะ

5.1.1 วิเคราะห์แผนการปฏิบัติการ

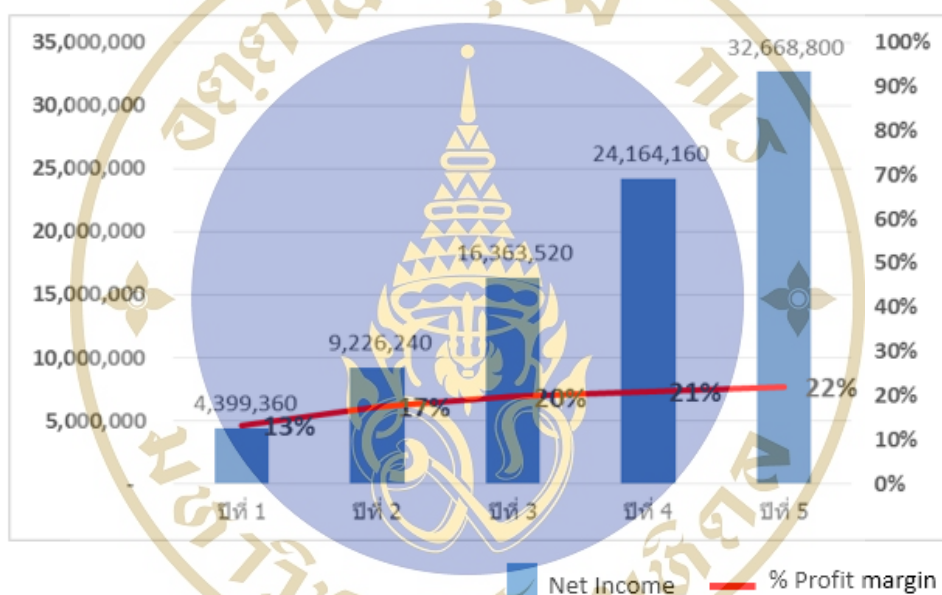
บริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ ตั้งอยู่เลขที่ 18 ซอยกรุงเทพนนท์ 6 ถนนกรุงเทพนนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000 โดยจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือนๆละ 4,000 บาท โดยใช้บ้านของคุณเมธาที่เป็นผู้ร่วมหุ้น เพื่อที่จะช่วยลดเงินลงทุนเริ่มต้นให้น้อยที่สุดเพื่อที่จะได้ลดความเสี่ยงของธุรกิจจากการซื้ออสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูง

การบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯนั้นทางบริษัท สยามวิลล์ เอเลเวเตอร์ จำกัด ได้จัดให้มีกร่างนโยบายและแผนงานกลยุทธ์รวมทั้งหน้าที่ความรับผิดชอบงานในแต่ละตำแหน่งเพื่อให้พนักงานทุกคนได้ดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อลดความผิดพลาดในการดำเนินงานและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้

5.1.2 วิเคราะห์แผนการเงิน

5.1.2.1 เปรียบเทียบอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายเทียบกับกำไรสุทธิแผนธุรกิจจำหน่าย นำเข้า ติดตั้งและให้บริการหลังการขายลิฟต์บ้าน “Siamville Elevator” เมื่อเปรียบเทียบกำไรสุทธิและอัตราส่วนกำไรสุทธิของทางบริษัทฯ โดยบริษัทมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 4,399,360 บาทในปีแรก โดยเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนมีกำไรสุทธิ 32,668,800 บาท ในปีที่ 5 และมีอัตราส่วนกำไรเพิ่มขึ้นจาก 13% ในปีแรกเป็น 22% ในปีที่ 5 ดังรูปที่ 12

Net Income & Margin Forecasting



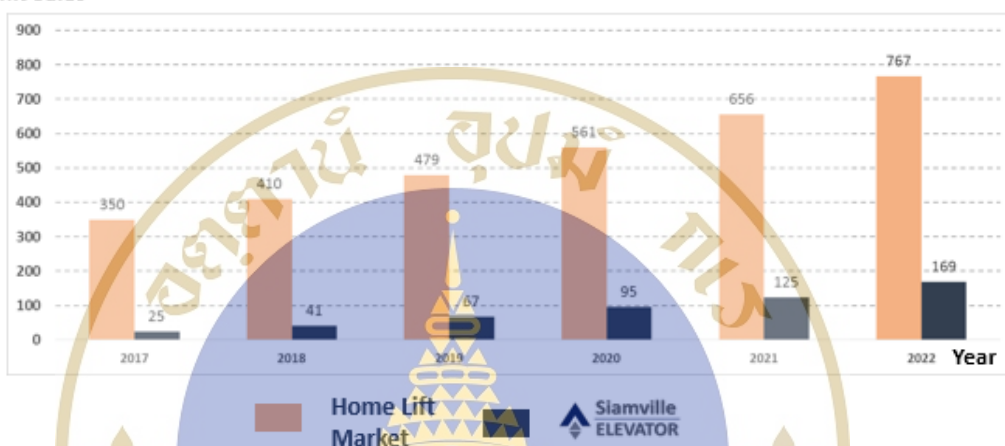
รูปที่ 12 แสดงอัตราส่วนเปอร์เซ็นต์กำไรเทียบอัตราส่วนกำไรสุทธิ ตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

5.1.2.2 เปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯเทียบกับตลาดโดยรวม ทางบริษัทฯมีแผนที่จะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดมีอัตราเติบโตของลิฟต์บ้านที่ประมาณ 17% โดยทางบริษัทฯคาดว่าจะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยที่ 48% โดยปีแรกคาดว่าจะมียอดขายที่ 25 ตัวจนถึง 169 ตัวในปีที่ 5 ดังแสดงดังรูปที่ 13

Compare with market growth

YEAR	1	2	3	4	5	6	Growth rate
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Market Size	350	410	479	561	656	767	17%
SVE. Mkt share	7%	10%	14%	17%	19%	22%	
SVE. Sales plan	25	41	67	95	125	169	48%
SVE. Growth		67%	64%	42%	31%	35%	

Unit Sales



รูปที่ 13 แสดงส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทฯ เทียบกับตลาดลิฟต์บ้าน โดยรวม

5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.2.1 ข้อเสนอแนะในด้านการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

ทางบริษัทฯ วางกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ โดยในช่วงปีแรกนั้นทางบริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นบ้านหรือเดี่ยวที่มีมูลค่าต่อหลังมากกว่า 30 ล้านบาทขึ้นไป และบ้านริโนเวทในตัวเมืองที่มีความต้องการใช้ลิฟต์บ้าน โดยร่วมกับทางบริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด และกลุ่มบริษัทสถาปนิกที่มีเครือข่าย โดยทางบริษัทฯ จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 48% และในช่วงปีที่ 3 เป็นต้นไปทางบริษัทฯ จะทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อขยายตลาดเข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายประเภทบ้านหรูประเภทโครงการที่มีมูลค่าต่อหลังมากกว่า 30 ล้านบาทขึ้นไป โดยผ่านทางเครือข่ายกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ เช่น แสนสิริ แลนด์แอนเฮาส์ และ Q-House เป็นต้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะในกรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

5.2.2.1 กรณียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย อาจเป็นเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวที่ทางบริษัทฯ กำหนดไม่รู้จักตัวสินค้าหรือไม่มั่นใจในตัวสินค้าและการบริการของทางบริษัทฯ ทางบริษัทฯ จะแก้ปัญหาโดยการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวถึงในเรื่องของรายละเอียดของตัวสินค้าและการบริการ พร้อมทั้งให้ดูผลงานอ้างอิงจากโครงการที่ใช้ลิฟต์บ้านของแบรนด์ FUJI Elevator นอกจากนั้นทางบริษัทฯ จะสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าและการบริการรวมถึงเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์ FUJI Elevator ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการโฆษณาผ่านทางนิตยสารบ้านและสวน และออกบูทประชาสัมพันธ์ในงานสถาปนิก และงานบ้านและสวนแฟร์ เป็นต้น

5.2.2.2 กรณีทางฝ่ายโรงงานผู้ผลิตไม่สามารถออกแบบได้ตามความต้องการทางบริษัทฯ จะมีแผนออกแบบที่มีความชำนาญในการออกแบบ ตกแต่งภายในของห้องโดยสารลิฟต์เพื่อหาทางแก้ไขในตัวแบบที่ทางสถาปนิกได้ออกแบบไว้และให้ทางฝ่ายผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าลิฟต์บ้านตามแบบที่ทางสถาปนิกต้องการ



5.2.3 วิเคราะห์ความเสี่ยง

5.2.3.1 ด้านความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

- ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เนื่องจากการซื้อของลูกค้าไม่สามารถกำหนดช่วงเวลาได้ หากมีการสั่งซื้อลิฟต์เข้ามาในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินที่ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ทางบริษัทฯจึงมีการวางแผนเกี่ยวกับการประกันค่าเงินสำหรับค่าเงินบาทกับค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในสัญญาจะมีการระบุว่าสัญญาสามารถใช้ได้ภายใน 30 วันเท่านั้น อีกทั้งยังมีการระบุในสัญญาในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าเงินเกินกว่า 5% จะไม่สามารถใช้ใบเสนอราคานั้นๆได้

- ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐเกี่ยวกับภาษีนำเข้า เนื่องจากอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องภาษีนำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์จากต่างประเทศ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้หากนโยบายภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลง บริษัทฯมีแนวทางในการจัดการคือการผลิตชิ้นส่วนที่สามารถผลิตในประเทศได้ เพื่อบริหารต้นทุนและภาษีให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

- ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคาจากสินค้าที่ผลิตในประเทศจีน ทางบริษัทฯซึ่งมีนโยบายการทำตลาดแบบเน้นคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า จึงไม่มีผลกระทบด้านการแข่งขันในเรื่องราคาสินค้าจากประเทศจีน แต่ทั้งนี้ก็มีการบริหารจัดการต้นทุน การดำเนินการ ทั้งส่วนของต้นทุนค่าแรงติดตั้งและต้นทุนการให้บริการ โดยการใช้ IOT เข้ามาทำงานแทนแรงงานคน

- ความเสี่ยงจากการที่ FUJI Elevator ไม่ต่อสัญญา ทางบริษัทฯมีแผนสำรองในการนำเข้า

- แบรินค์อื่นๆเพื่อทดแทนอย่างน้อย 2 แบรินค์หรือทางบริษัทสามารถเปลี่ยนเป็นบริษัทเพื่อให้บริการติดตั้งและบำรุงรักษาลิฟต์บ้านและอาคารที่มีการติดตั้งลิฟต์โดยสารเดิมอยู่แล้ว

- ความเสี่ยงจากยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย ทางบริษัทฯจะทำการขยายกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเพื่อชดเชยเป้าหมายเดิม รวมทั้งการขยายผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เปลี่ยนแปลงไป

5.2.3.2 ด้านความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

- ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานหรือทีมเทคนิค เนื่องจากการติดตั้งต้องพึ่งพาแรงงานช่างติดตั้ง ซึ่งเป็นทีมติดตั้งเครื่องจักรในงานก่อสร้างและโรงงานอุตสาหกรรมอยู่แล้ว หากมีการลาออกหรือไปรับงานภายนอก อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินงานติดตั้งของบริษัทฯ เราจึงวางแผนรับมือในประเด็นนี้ โดยการสร้างทีมติดตั้งและบริการเทคนิคไว้หลายๆทีม เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการเรียกใช้บริการ และเป็นการลดความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน อีกทั้งยังมีทีมติดตั้งของบริษัท สยาม แอล.พี. เอ็นจิเนียริง จำกัดซึ่งเป็นพาร์ทเนอร์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯอยู่แล้ว

- ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุในการทำงานบนที่สูง เนื่องจากการทำงานติดตั้งลิฟต์ต้องทำงานบนที่สูง ดังนั้นความเสี่ยงโดยตรงคืออันตรายจากการทำงานบนที่สูง คือการพลัดตก ทางบริษัทฯจึงต้องมีการกำหนดมาตรฐานการทำงาน ด้านความปลอดภัย เช่น ใส่อุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล หมวกนิรภัย เข็มขัดนิรภัย รองเท้าเซฟตี้ เป็นต้น และประกอบกับการทำประกันภัยกลุ่มให้กับทีมช่างติดตั้งอีกด้วย



บรรณานุกรม

- กรมธนารักษ์. สรุปราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดินเพื่อใช้ในการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมปี 2559-2562 จังหวัดกรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.nso.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/elderlyworkFullReport.1-57pdf>
http://www.treasury.go.th/ewt_news.php?nid=61 1 มกราคม 2559
- Fuji Elevator Global Network. รายละเอียดสินค้าและการบริการ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://fujielevator.com.my/>
- Kone Elevator. รายละเอียดสินค้าและการบริการ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.kone.co.th/en/elevators-lifts/>
- Mitsubishi Elevator. รายละเอียดสินค้าและการบริการ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.mitsubishielevator.co.th/2016home.php>
- Myhome. ลิฟต์บ้าน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
<http://www.baanlaesuan.com/41292ideas/lift/> 20 ตุลาคม 2559
- Otis Elevator. รายละเอียดสินค้าและการบริการ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา:
http://www.otis.com/site/in/OT_DL_Documents/OT_DL_DownloadCenter/OTIS%20Planning%20Guide%20%202012PDF%20low.pdf



ภาคผนวก ก

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้ลิฟต์

1. Questionnaires for Contractors

- ขั้นตอนการรับงานสร้างบ้านแต่ละหลังเป็นอย่างไร
- บ้านหรือในปัจจุบันมีงบประมาณที่เท่าใด
- ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการนำเสนอลิฟต์บ้านให้เจ้าของบ้าน
- การสร้างมูลค่าเพิ่มของงานสร้างบ้าน ของผู้รับเหมา
- แนวโน้มตลาดการสร้างบ้านหรือในปัจจุบันและอนาคต
- คุณสมบัติหลักๆ ของลิฟต์ ที่ผู้รับเหมาเลือกมานำเสนอให้เจ้าของบ้าน
- สิ่งที่ต้องคำนึงถึงของโครงสร้างบ้านที่มีการติดตั้งลิฟต์
- โอกาสและความเป็นไปได้ ของลิฟต์บ้านในธุรกิจสร้างบ้านหรือเป็นอย่างไร
- รุ่นของลิฟต์ที่ประหยัดไฟฟ้าและไม่มี Counter weight และไม่ต้องใช้ Pit Depth จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ลิฟต์หรือไม่





2. Questionnaires for Architect and interior

- สิ่งที่ต้องคำนึงถึงของงานสถาปัตยกรรมของบ้านที่มีการติดตั้งลิฟต์
- **Function** การใช้งานของลิฟต์ และบ้านควรมีองค์ประกอบอย่างไร
- ขั้นตอนการรับงานสร้างบ้านแต่หลังเป็นอย่างไร
- บ้านหรูในปัจจุบันมีงบประมาณที่เท่าใด
- ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการนำเสนอลิฟต์บ้านให้เจ้าของบ้าน
- การสร้างมูลค่าเพิ่มของงานสร้างบ้าน ของผู้รับเหมา
- แนวโน้มตลาดการสร้างบ้านหรูในปัจจุบันและอนาคต
- คุณสมบัติหลักๆ ของลิฟต์ที่ผู้รับเหมาเลือกมานำเสนอให้เจ้าของบ้าน
- สิ่งที่ต้องคำนึงถึงของโครงสร้างบ้านที่มีการติดตั้งลิฟต์
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องและต้องนำมาพิจารณาในการมีลิฟต์ในบ้าน

3. Questionnaires for Home owner

- ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจให้มีลิฟต์ในบ้าน
- ความจำเป็นที่ต้องมีลิฟต์ในบ้าน
- งบประมาณที่ใช้สร้างบ้านและงบสำหรับลิฟต์
- ปัจจัยที่เจ้าของบ้านใช้ในการตัดสินใจ (แบรนด์, ราคาลิฟต์, ความปลอดภัย, ค่า Maintenance, ค่าไฟฟ้า, อายุการใช้งาน, ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย)
- จำนวนชั้นของบ้านกี่ชั้น จึงตัดสินใจให้มีลิฟต์ในบ้าน
- ช่วงอายุของเจ้าของบ้าน และผู้อยู่อาศัย ที่ต้องการมีลิฟต์ในบ้าน



ภาคผนวก ข

มาตรฐานยุโรป EN 81-20/50 EN 81-20/50: European Elevator Standard

The new standards also clarify and improve the current building interface requirements. They replace the current EN 81-1 and EN 81-2 standards introduced in 1998, and all lifts taken into use after 31 August 2017 will be required to comply with the requirements of the new standards.

The Major Changes:

Increased safety requirements for passengers and service personnel are the core of the new standard. It includes:

Passenger safety and comfort

- Brighter car lighting including brighter emergency lighting.
- Improved clearance of light curtain to avoid smaller objects being trapped
- Improved strength and durability of car walls, car roof, car doors and landing doors
- Lift car door locking when out of a door zone
- Safety glass for mirrors
- Higher requirements for fire resistance of car interiors

Service personnel safety

- Larger permanent safety spaces in lift shaft headroom and pit (see below)
- Brighter Shaft lighting with Emergency back-up
- Engineers Test Control Panel with stop button in the lift pit
- Improved strength and increased height of the balustrade on the car roof
- Improved strength of counterweight screen in lift pit
- Improved requirements for Pit ladders

- Horizontal projections into the shaft greater than 150mm to be protected to prevent a standing area.

Car roof and pit refuge spaces

The volume requirements for the safety refuge spaces on the car roof and in the pit have been increased.

The new volumes are as follows:

- Upright position: 0.4 x 0.5 m (horizontal dimensions), 2 m (height)
- Crouching position: 0.5 x 0.7 m (horizontal dimensions), 1 m (height)
- Laying position: 0.7 x 1.0 m (horizontal dimensions), 0.5 m (height) for pit only.

Note. The above refuge space changes may affect the Pit and Headroom dimensions and must be checked.

The above list is not exhaustive and is to provide an overview of the main points only.

Changes affecting building design

The EN 81-20:2014 standard introduces some changes to the requirements that the building designer is required to fulfil. These changes all apply to the lift shaft, and are as follows:

- All glass used in the lift shaft must be laminated.
- Shaft walls to withstand 1000N
- A fire extinguisher can be located in the shaft. Activation of the sprinkler shall only be possible, when the lift is stationary at a landing and the main switches of the lift and lighting circuits are automatically switched off by the fire or smoke detection system.

ภาคผนวก ค

ประวัติความเป็นมาของบริษัท FUJI ELEVATOR

Fuji is the leading brand names in the elevator manufacturing industry and has attained worldwide recognition with the symbolism of innovation and iteration.

As founder and owner, Fuji Elevator (M) Sdn. Bhd. was setup to defined potential parameters of developing new elevator competencies in elevator system for the vertical transportation system.

Our manufacturing plant is at Suzhou Fuji Lift Co., Ltd which formed by SJEC Corporation, Fuji Elevator Japan and Fuji Elevator (M) Sdn. Bhd. with a total investment of USD 8 millions.

With the capacity to design to the client's needs and manufacture in compliance to requirements, makes Fuji a leading designer and manufacturer of passenger lifts. In addition, Fuji also provides flexible end to end solutions and services in delivering robust and comprehensive design and manufacturing technology.

To ensure a positive impact on diversity and development initiatives, highly skilled and experienced R&D engineers and state of the art precision automation manufacturing equipment plays an important key role in this mission insight.

Similarly stringent quality control is focused, in assure a production of quality and reliable elevator control systems, drive units, elevator parts, components and equipment

A technical support center is conceived, to develop and conduct a series of training courses for all our agents, distributors and dealers. This effort will further enhance support in terms of design and address

emerging issues for a more comprehensive solution. Fuji is dedicated in its commitment in delivering the best services available and provides matching the needs and requirement of ideas.



ภาคผนวก ง

ประวัติความเป็นมาของ บริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด

บริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด เป็นผู้นำในงานก่อสร้างคุณภาพสูงเรามีประสบการณ์มากกว่า 20 ปี และเป็นบริษัทที่มีช่างฝีมือมากที่สุด แห่งหนึ่งในประเทศไทยจึงสามารถดำเนินงานก่อสร้างอย่างครบวงจร มีความพร้อม ทำงานก่อสร้างที่หลากหลายทั้งการสร้างบ้าน อาคารสำนักงาน และสิ่งปลูกสร้างอื่นๆเพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าและสถาปนิกผู้มองหางานก่อสร้างที่มี คุณภาพระดับสูงสุด

ประวัติ

2534 - จุดเริ่มต้น

หลังจากสั่งสมประสบการณ์ด้านงานรับเหมาก่อสร้างมากกว่า 10 ปีคุณทวีวัฒน์ มงคลอดิษฐ์ และ คุณชนวิวัฒน์ มงคลอดิษฐ์ ได้ก่อตั้งบริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด ด้วยแนวคิดใหม่ในการนำผู้มีความรู้เข้ามา ควบคุมงานและพัฒนางานก่อสร้างให้ก้าวหน้ากว่าบริษัทอื่นๆ ในขณะนั้น

2548 - ก้าวสำคัญ

เมื่อมีความรู้ในงานก่อสร้างเพิ่มขึ้น และเข้าใจความต้องการของลูกค้า มากขึ้นผู้บริหารของทวิมงคลจึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ ตั้งเป้าหมาย ให้ทวิมงคลเป็นบริษัทก่อสร้างงานประณีตอันดับ 1 ของประเทศพร้อมสร้างมาตรฐานการทำงานให้เหนือกว่าบริษัทรับเหมาก่อสร้างทั่วไปมาตรฐานที่สูงขึ้นทำให้งานก่อสร้างของบริษัทพัฒนาไปอีกระดับผู้บริหารและพนักงานได้ร่วมกันคิดค้นนวัตกรรมใหม่ เช่น ระบบติดตั้งงานไม้ที่ไม่เห็นหัวตะปู การติดตั้งงานเหล็กรูปพรรณที่ไม่เห็นรอยต่อหรือ วิธีการฉาบปูนแบบ Skim coat ที่เรียบเนียนเป็นพิเศษ ซึ่งบริษัทฯ เป็นผู้ริเริ่มใช้ในประเทศไทยเป็นบริษัทแรก เพื่อให้ได้คุณภาพงานก่อสร้าง ระดับสูงสุด

ปัจจุบัน

บริษัท ทวิมงคลก่อสร้าง (2000) จำกัด เติบโตขึ้นจนมีพนักงานกว่า 250 คน ช่างฝีมือ และแรงงานมากกว่า 1,500 คน ด้วยประสบการณ์ที่สั่งสมมา ความมุ่งมั่นเสาะหานวัตกรรมการก่อสร้างใหม่ๆ และความตั้งใจที่จะส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าจากลูกค้าเสมอมาและได้รับ

การยอมรับในฐานะบริษัทก่อสร้างคุณภาพสูงชั้นนำของไทย



ภาคผนวก จ

ประวัติความเป็นมาของ บริษัท SIAM L.P. ENGINEERING จำกัด

SIAM L.P. ENGINEERING CO., LTD. has been marketing FUJI elevator since 2003 in Bangkok, Thailand, by group of elevator engineers. We have more than 20 years of elevator experience with many international leading elevator companies both local and oversea before establishing this company.

At present we supply, install, maintain and modernize FUJI elevator systems for almost every type of building requirement countrywide. We specializes in latest-technology engineering, as well as mechanical and micro-technology products designed and rigorously tested for comfort efficiency and reliability from quality FUJI products.

Our FUJI elevators can be found in many buildings throughout Bangkok and some major provinces including office buildings, school, university, shopping centers, factory, condominium, apartment and private buildings.

Our Vision

Leadership through service,

The vision is achieved by being a total service company that makes our customers see us as delivering an excellent service with high quality equipment. We must be service-minded providers to our customers, whether they are internal or external. Every business process must be designed to contribute to serving our customers.

Our Values

Create Value for the Customer As a service company; we strive to always fulfill the needs

and expectations of our customers and users by creating exceptional value. We have to be recognized by our customer and user in perceived quality.

Commitment to People Development

Only the right people can create exceptional value for our customers. Therefore, we develop our employees' skills and create high levels of motivation so they are knowledgeable and well trained.

Continuous Improvement of Products and Services

We are committed to the continuous improvement of our products, services and business methods. We optimize the processes and internal structures that lead to product superiority and value generation.

Ensure the Safety of Employees and Passengers

There are so many passengers using our FUJI elevator every day. Safety to each and every one of them is a must. We cannot, and will not, compromise on safety.

Address:

18 Soi 6, Bangkok–Non Road, Bangkhen, Muang, Nonthaburi 11000, Thailand.

Tel: 662-527 8781 Fax: 662-527 8780

Email: contact@siamlp.com

Business:

- o Supply and Install FUJI Lifts & Escalators
- o Service and Maintenance
- o Modernization and Upgrading Old Lifts
- o Supply Parts and Components